

広島県県営住宅 web 広告運用業務委託仕様書

1 業務名 広島県県営住宅 web 広告運用業務

2 業務期間 契約締結の日から令和 9 年 3 月 31 日

3 業務目的

健康で文化的な生活を営むに足りる県営住宅を住宅に困窮する低額所得者（注 1）に対して低廉な家賃で賃貸するため、広島県営住宅の入居者募集制度のさらなる周知及び利用促進を目的とし、同住宅募集の主ルートとして web（注 2）を最大限に活用した広告を行う。

4 業務内容

県営住宅入居者募集のための web 広告作成の企画、デザイン、原稿、編集、校正、運用及び分析等の一切の業務及び納品

(1) 委託対象の募集期

広島県が行う年間 10 回の県営住宅入居者募集のうち、本委託対象は 8 回であり（以下、「募集」という。）、うち 3 回が県全域を対象とする「定期募集」（募集部屋数：2 百余）である。これに対し、その他の県一部地域を対象とするものを「随時募集」（募集部屋数：40 余）と呼ぶ。

本委託では、当該 8 回の募集における (2) の成果目標達成をアウトプットとする。これに対するインプットとして、当該募集期又はその間の期間のうち、どの期間にどの程度の web 広報を行うか（広告費を投入するか）、あるいはその判定を AI 等にどのように委ねるかについては、当該目標が達成される限り問わない。ただし、web 広報（広告費投入）の構想及び予定時期を記した企画書面を、入札参加資格確認申請に添えて提出すること。

なお、次の点に留意すること。

- ・ 募集開始（募集住宅公開日）から募集締切（募集申込受付締切）までの期間（以下「募集期間」という。）が、約 10 日間と短期であること
- ・ 広告のターゲットとなる 3 の低額所得者は、応募時点で広島県内に居住しない者も含むこと

(2) 成果目標

県営住宅に入居する者の導線は、

検索[A]→ 募集情報ダウンロード[B]→ 応募→ 入居決定

と想定され、うち[A][B]の量的改善を本事業の目標とする。

注 1 県営住宅設置の根拠法である公営住宅法（昭和 26 年法律第 193 号。以下「公営住宅法」という。）における入居収入基準の一つである収入基準（15 万 8 千円（標準）：公営住宅法第 23 条第一号及び公営住宅法施行令（昭和 26 年政令第 240 号）第 6 条）を、国は、収入分位 25% 相当（収入の低い方から 4 分の 1 番目に該当する収入の相当分位）として設計している。

2 広島県県営住宅設置、整備及び管理条例（平成 9 年条例第 13 号）第 4 条第 2 項第 6 号の「知事が適当と認める方法」として、インターネット上の様々な情報（テキスト・画像・動画など）を関連付け、結びつけるシステムによる広告。なお、広島県は、本委託による web 広告のほか、県及び各市町の適当な場所における掲示（同条同項第 4 号相当）を行う。

募集期	募集住宅公開日	募集申込受付締切	成 標	
			A 県営住宅 web※への初訪問数	B 「募集一覧」PDFダウンロード数
6月定期	令和8年6月2日	6月11日	5千以上	6千以上
10月定期	令和8年10月6日	10月15日		
1月定期	令和9年1月12日	1月21日		
4月随時 5月随時	令和8年4月7日 令和8年5月7日	4月16日 5月18日	本業務対象外	
7月随時	令和8年7月7日	7月16日	3千以上	4千以上
8月随時	令和8年8月4日	8月14日		
9月随時	令和8年9月1日	9月10日		
11月随時	令和8年11月4日	11月13日		
3月随時	令和9年3月2日	3月11日		

備考 成果目標は各募集期のものであり（例えば、6月定期の成果目標Aは、6月3日～12日の間に県営住宅 web への初訪問数の計が5千以上となることを意味する。6・10・1月定期の3期の合計が5千以上という意味ではない。）、その定義については、注3参照。

なお、各係数の設定の考え方は、R6web 広告稼働後の最高水準のものを採用している。

注3(A) 県営住宅 web：下記の計24のHP(02のLPを含む。)をいう。

- 01 広島県県営住宅 <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/keneijyutaku/>
- 02 県営住宅募集一覧【LP】(以下、上記01の下線部までは略) </soshiki/108/bosyuichiran.html>
- 03 県営住宅入居者募集の御案内 </soshiki/108/1182992095227.html>
- 04 県営住宅の家賃などの減免制度について </soshiki/108/yachin.html>
- 05 県営住宅一覧地域別 </soshiki/108/keneijyutakuichiran-tiikibetu.html>
- 06 県営住宅写真一覧 </soshiki/108/bosyuu.html>
- 07 県営住宅一覧 広島市中区
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/keneijyutaku/keneijyutakuichiran-nakaku.html>
- 08 同 広島市東区(以下、広島市中区の下線部までは略) [-higashiku.html](#)
- 09 同 広島市南区 [-minamiku.html](#) 10 同 広島市西区 [-nishiku.html](#)
- 11 同 広島市安佐南区 [-asaminamiku.html](#) 12 同 広島市安佐北区 [-asakitaku.html](#)
- 13 同 安芸郡 [-akigun.html](#) 14 同 呉市 [-kureshi.html](#)
- 15 同 大竹市 [-ootakeshi.html](#) 16 同 廿日市市 [-hatukaitishi.html](#)
- 17 同 竹原市 [-takeharashi.html](#) 18 同 東広島市 [-higashihiroshimashi.html](#)
- 19 同 三原市 [-miharasi.html](#) 20 同 尾道市 [-onomichishi.html](#)
- 21 同 福山市 [-fukuyamashi.html](#) 22 同 府中市 [-hucyuusi.html](#)
- 23 同 三次市 [-miyoshishi.html](#) 24 同 庄原市 [-syoubarashi.html](#)

※ 上記24のHPに係るGA上のフィルタ設定(正規表現)

(<https://www.pref.hiroshima.lg.jp>) </site/keneijyutaku/> </soshiki/108/bosyuichiran.html>
</soshiki/108/1182992095227.html> </soshiki/108/yachin.html>
</soshiki/108/keneijyutakuichiran-tiikibetu.html> </soshiki/108/bosyuu.html>
/site/keneijyutaku/keneijyutakuichiran-*.html ※18のHP相当

LP：ランディングページ 検索エンジンやリスティング広告などから、ユーザーを最初に訪問させるためのページ。Webマーケティングでは、一般的に広告からリンクして成約を高めるページと認識される。

本業務においては、上記中02【LP】とする。その係数は各募集期間(上表の募集住宅公開日から募集申込受付締切)GA4(グーグルアナリティクス4。以下単に「GA」という。)により計測する。なお、本業務でのweb広報の一次的ターゲットとしては、このページを用いること。

初訪問数：各募集期間内にGAが計測したLPを含む(A)のHPへの「first_visit」数の合計とし、これをサブのCVとする。

(3) 広告の方法

原則として、web 広告に限る。ただし、県が行うパンフ類配置等の広報、その他の紙媒体での広告との連携を計画することは可能とし、その場合は、4 (1) 企画書面にその旨を記すこと。

なお、Web 広告については、検索エンジン、SNS 又はインスタントメッセージ等でのディスプレイ広告又はリスティング広告等を、本業務の目的に沿った選択と組合せにより実施すること。ただし、この場合の実施方法を、AI 等の判断に委ねることも容認する。

(4) 広告シミュレーションについて

広告シミュレーション（注4）については、契約締結後、初回の募集期開始までに県に提出すること。なお、4 (1) 企画書面には、広告方法の構成のみで、シミュレーションまでを記す必要はない。

注3 (A 続) なお、first_visit イベントは、GA4 がユーザーのレポート用識別を判別し、既存データにないユーザー数をカウントすることで行われるが、県 GA4 上の関係設定は次のとおりである。

レポート用識別子によるユーザーの識別方法：ハイブリッド

(User-ID、デバイス ID、モデル化データを評価)

イベントデータ、ユーザーデータの保持期間：14 か月

よって、通常 (ex. アクセスするパソコンの買替えなどが無い) の場合を例にとれば、過去 14 か月間に関係 HP を訪問したことの無いユーザーをカウントしている。

また、令和 6 (2024) 年 10 月～令和 7 (2025) 年 9 月の 1 年間の本業務関係 HP への first_visit イベント総数を仮に算出すると、107,404 件となる。広島県内の生活保護扶助世帯数 (令和 4 (2022) 年度) は 87,949 世帯を上回っている。公営住宅が想定する募集者層は前掲 (注 1) のとおり収入分位 25% 相当として設定されており、その対象世帯数は 32 万世帯 (=1,290,870 世帯×25%) で、計算上は該当世帯の 1/3 が県営住宅 web に訪問済という程度の状態である。従って、first_visit イベント数の伸びが今後一定程度緩やかになる可能性はあるが、飽和し切っているという程ではなく、現行規模 (定期 1 万、随時 4 千※) の初訪問規模を開拓 (維持) する余地は今後も十分ある、と捉えている。

(B) CV: コンバージョン Web マーケティング分野では、ゴールとなる重要な指標、又はサイト上で獲得する「最終的な成果」をいう。Web サイトに訪れたユーザーが何かしらのアクションを起こし、行動が成果に「転換」する度合いを表す用語。メジャーな具体策としては、Google アナリティクスを複数の評価者が同条件で運用し数値を共有する方法がある。

本業務においては、LP を含む(A)の HP 下部に表示される「募集一覧ダウンロード」等からのリンク先に PDF を上表募集住宅公開日にアップすることとし、これをダウンロードした数がメインの CV である。具体的には、ダウンロードの成果目標対象とする PDF に特定の名前※を付し、その download イベント数を GA でカウントした数とする。(HP へのタグの埋め込みなど GA での本イベントのカウント方法については、契約後に詳細を調整する。)

※R6・7 事例 URL=https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki_file/housing/bosyuitiran_latest.pdf

注 4 (広告)シミュレーション: 自分が定めた媒体やターゲティングで実際に広告を配信した場合、どんな結果になるかを事前に推定すること。具体的には、リーチ、表示回数、クリック数又はクリック率等の重要指標の予想される推定値を指す。配信の目安であり、必達目標ではない。設計は一般に①広告を出稿する目的・目標、②ターゲティング、③媒体の選定、④指標の決定、⑤推定値の算出の順に行う。

なお、入札参加者の当該シミュレーション及び所要額の算出のため、R6・7 広島県県営住宅広告等運用業務における GA4 コンバージョン (イベント数) を別添によりデジタルで参考提示する。

5 委託料額

今次入札に基づく契約額による。ただし、各募集期における成果目標の達成を以下によりポイント化した結果、100点中80点以上となることを要件とし、これを満たさない場合は契約額の8割額とする（円未満切捨て）。

おって、経済・社会環境の事前予想できなかつた変化や天災による成果目標未達成について、個別に県に協議があつた場合は、これを県が承諾することで当該目標が達成されたものとして上記のポイント化を行うこととする。

成果目標	定期		随時	計
	6月	10・1月(2回)	7月～(5回)	
A LPへの初訪問数	5千以上		3千以上	50
	6	12	4	
B CV-PDFファイルのダウンロード数	6千以上		4千以上	50
	6	12	4	
計				100

6 県との調整

受託者は、毎回の募集期の広告費投入の設定等を、原則として各募集住宅公開日の5営業日前までに、広島県に連絡すること。ただし、その内容につき広島県から指摘・照会等があつた場合は、誠実に回答するものとし、かつ、GA係数の異常又は不振等があつた場合は、速やかに広島県との設定変更等の協議を行うこと。

また、上記のほか、本業務の遂行にあたり、数回程度、業務の進捗状況の報告を含めた打ち合わせを行うものとする。なお、打ち合わせを行う場所は、広島県庁（広島県広島市中区基町）を基本とするが、これにより難しい場合等は適宜調整する。

7 効果測定等報告及び業務実績報告

広告等運用の効果測定等報告（以下「定期報告」という。）は、定時のものとしては、①4(2)の10月定期募集の広告以前、及び②業務期間終了後10日以内に県に提出すること（後者②は、委託契約上の業務実績報告を兼ねる。）。ただし、受託者は、広告の視聴（SNS等の場合、エンゲージメント（注5）を含む。）回数やその属性（本事業に関しては特に収入階層、年齢）データを可能な限り収集し、これらによる専門的分析を逐次行うこととし、その結果を定期報告に記すとともに、同分析の結果等から定期報告時点での対応では広告の効果が損なわれると思慮する場合は、速やかに県に報告するものとする（以下③「随時報告」という。）。

注5 エンゲージメント：SNSマーケティングで、投稿一つひとつに対して、どのくらいリアクションがあつたかを示す指標。投稿ごとに「いいね!」「コメント」等のアクションの数から算出する（フォロワー数のようにアカウントごとに出る指標ではない）。例えば、「いいね!」のみをもとに同率を算出する場合、フォロワー100人のうち、50人が「いいね!」をした投稿の場合、エンゲージメント率は50%。

なお、①～③の効果測定等報告の内容には、以下を含むこととする。

ア 現状分析（可能な場合は、次回及び将来募集推計）

イ 成果目標の達成度（又は達成の目途）

（経済・社会環境の事前予想できなかった変化や天災、その他ウ括弧書きのリミットまでに県の改善が履行されない場合等には、受託者は成果目標の達成度に、当該リミットまでの同変化がなかった場合等の推計達成度を併記することができる。）

ウ 次回以降（②の場合、次年度以降）の募集の業務改善策の（可能な場合はリミットを付しての）提案

（LP と県 HP の接続や県 HP の内容・構造を含む。この場合に、県は誠意を持って改善を検討するものとする。）

おって、受託者は、県の求めがあった場合は、速やかに、かつ誠意をもって随時報告を行うものとする。

8 業務の適正な実施に関する事項

(1) 業務の一括再委託の禁止

受託者は、本委託業務を一括して第三者に委託し、又は請け負わせることができない。ただし、業務を効率的に行う上で必要と思われる業務については、県と協議の上、業務の一部を委託することができる。

(2) 個人情報等の取扱い

受託者が委託業務を行うに当たって個人情報を取り扱う場合は、広島県個人情報保護条例（平成 16 年広島県条例第 53 号）に基づき、その取扱いに十分留意し、漏えい、滅失及び毀損の防止その他個人情報の保護に努めなければならない。

なお、web 広報実施に係る設定係数等については、原則としては広島県が所有し、閲覧することができるものとする。

(3) 守秘義務

受託者は、本業務の実施に関して知り得た秘密を他に漏らし、又は自己のために利用することはできない。

なお、委託業務終了後においても同様とする。

(4) 立入検査等

県は、事業の執行の適正を期するために必要があるときは、受託者に対して報告させ、又は事務所に立ち入り、関係帳票類、その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問を行う場合がある。

9 成果の帰属

(1) 本業務により新たに得られた成果は、原則として県に帰属する。また、受託者は本業務において創作した著作物に関して、著作権者人格権を行使しない。ただし、受託者における運用アルゴリズム又は配信資産として、特に広島県が所有又は閲覧できないものがある場合は、4(1) 企画書面内で列挙しておくものとする。

(2) 受託者が従前より権利を有する著作物のうち、本業務で利用した著作物については、県が利用することを妨げない。

(3) 第三者の著作物を本業務で利用する場合は、受託者の責任により利用する。

(4) 受託者は、本業務の実施のために必要な受託者が従前より有する著作権あるいは第三者の著作権については、当該著作権の利用に当たり、支障のないよう適切な措置を講じなければならない。また、何らかの著作権に係る問題等が生じた場合、受託者の責任により対処する。

10 (参考) 過年度の同目的事業と執行状況

令和6年度(9月随時募集～)	広島県営住宅広告等運用業務	
	受託者:株式会社 中国新聞アド	【目標達成】
令和7年度(6月定期募集～)	広島県営住宅web 広告運用業務	
	受託者:株式会社 広島朝日広告社	【目標未達】
	※ 未達状況は広島県 HP 参照	

11 その他

- (1) 広告実施にあたっては、社会通念上不適切と考えられるサイトへの掲載を排除するよう努め、掲載先サイトを定期的に確認すること。なお、不適切サイト等への掲載が認められた場合には、直ちに県に報告するとともに、県の対応指示に従うこと。
- (2) 業務委託契約約款、個人情報取扱特記事項及び本仕様書に記載のない事項又は業務上疑義が生じた場合は、県と受託者は協議して業務を行うものとする。
- (3) 受託者は広島県と定期的な連絡調整を行いながら円滑に業務を実施することとし、事故等が発生した場合は速やかに報告・協議して適切な対応をとること。
- (4) 天災、疫病、その他やむを得ない事情により、広告日程等を延期とした場合には、受託者は日程の再調整に協力すること。